

とくしまエシカル消費推進会議

危機管理環境部 消費者政策課

事業内容

消費者、事業者、学校、行政等、様々な主体により構成され、地方では初となるエシカル消費の推進母体「とくしまエシカル消費推進会議」を平成29年7月に発足した。エシカル消費の認知度向上を図るため、エシカル消費に積極的に取り組む団体や幅広い分野の方（経済、教育、農業、マスコミ等）で構成している。

会議を年に1～2回開催し、徳島県の取組や施策の紹介、連携事業の実施、会員が実施する取組等の情報交換や会員同士の交流を行っている。

実施年度	平成29年度～継続中
予算	9千円（平成30年度）
消費者行政強化 交付金活用額	なし
対象	とくしまエシカル消費推進会議に加入する委員 （消費者団体、事業者、学校、行政機関等で構成）
参加人数	14事業者・団体 （令和2年度から組織改編を行い、更に拡大予定）
宣伝方法	会議開催後、ホームページに開催状況掲載



第4回「とくしまエシカル消費推進会議」（H31.1.30）の様子

期待される効果

エシカル消費推進会議を通じて、多様な主体と連携して事業を実施することで、消費者にとってエシカル消費がより身近なものとして捉えられ、幅広くエシカル消費の普及浸透を期待できる。

エシカル消費啓発のために工夫した点・今後の課題等

推進会議を開催後、県ホームページに掲載し情報発信することで、消費者、事業者、学校、行政等が連携し、エシカル消費に取り組んでいることが周知され、県民への意識の醸成につながっていると思われる。

県民にエシカル消費を身近な問題として捉え、実際の行動に移してもらえよう、今後は推進会議の会員を更に広げ、更なる連携強化を図りたい。

事業の効果・成果

推進会議の中で、県から会議の委員に事業への協力の依頼を行った。具体的には、SNS（Twitter）を活用したキャンペーン（ハッシュタグ「#わたしのエシカルチャレンジ」を付けて、自分がチャレンジしている・したいエシカル消費をツイートしてもらう）への参加を呼び掛け、委員が実践している取組事例をリレー形式でTwitterで発信した。エシカル消費の推進母体が設立されたことで、行政機関のみならず、団体や事業者、学校等、多様な立場からエシカル消費を推進し、連携することができた。消費者の身近なところで取組が広がっており、消費者にエシカル消費を自分ごととして考えてもらうきっかけになっていると思われる。

会議の様子について

第4回「とくしまエシカル消費推進会議」の意見交換では「消費者にSDGsとエシカル消費の関連性をどう伝えるか」などについて、議論が交わされた。

また、5月の「消費者市民社会推進期間」でのエシカル消費の周知広報の協力、会員が制作した「エシカルソング」や、県が制作の「チラシ・動画」など、普及啓発用コンテンツの情報交換も行った。